

Henkel: Jahresüberschuß mit 626 Mio DM aus laufendem Geschäft auf neuem Spitzenwert

Utl:

- Jahresüberschuß einschließlich GFC-Gewinn: 1.127 Mio DM
- Umsatzwachstum von 23 Prozent auf 20,1 Mrd DM
- Konzernabschluß erstmalig nach International Accounting Standards

Düsseldorf (Henkel) - Bei insgesamt zufriedenstellenden wirtschaftlichen Rahmenbedingungen war die Entwicklung der Henkel-Gruppe im Geschäftsjahr 1997 von starkem Wachstum bei Umsatz und Gewinn geprägt.

Der Jahresüberschuß aus dem laufenden Geschäft erreichte mit 626 Mio DM (1996: 555 Mio DM) einen neuen Spitzenwert. Der Anstieg gegenüber dem auf vergleichbarer Basis ermittelten Vorjahresergebnis betrug 13 Prozent. Einschließlich des Gewinns von 501 Mio DM aus der Veräußerung der über die GFC Gesellschaft für Chemiewerte mbH gehaltenen Beteiligung an der Degussa AG betrug der Jahresüberschuß 1.127 Mio DM.

Der Umsatz erhöhte sich 1997 um 23 Prozent auf rund 20,1 Mrd. DM (1996: 16,3 Mrd. DM). Der starke Anstieg des Umsatzes ist vor allem auf die beiden großen Akquisitionen Loctite Corporation, Hartford/USA, sowie Novamax Technologies Corporation, Atlanta/USA, zurückzuführen. Saldiert mit Umsatzminderungen infolge von Divestments betrug der Zuwachs aus Akquisitionen 12 Prozent. Die bestehenden Geschäfte sind um erfreuliche 7 Prozent gewachsen; 4 Prozent haben Veränderungen in Währungskursrelationen beigetragen.

1997 hat Henkel erstmals den Jahresabschluß nach den Anforderungen der Internationalen Accounting Standards (IAS) erstellt. Die Angaben des Vorjahres wurden zur Vergleichbarkeit angepaßt.

Das betriebliche Ergebnis erhöhte sich gegenüber dem vergleichbaren Wert von 1996 um 36 Prozent auf 1.373 Mio DM (1996: 1.011 Mio DM). Neben der Umstellung bei den Abschreibungen wirkt sich hier aus, daß der in den Zuführungen zu den Pensionsrückstellungen enthaltene Zinsanteil nicht mehr im

betrieblichen Ergebnis verrechnet, sondern im Finanzergebnis ausgewiesen wird. Die Steigerung des betrieblichen Ergebnisses ist in erster Linie auf eine günstige Entwicklung der Kosten der umgesetzten Leistungen zurückzuführen. Rationalisierungserfolge in der Produktion, eine deutlich verbesserte Kapazitätsauslastung bei den Chemieprodukten sowie die Integration des ertragsstarken Loctite-Geschäftes waren dafür maßgeblich.

Der Cash Flow des Konzerns hat sich 1997 weiter deutlich erhöht. Gegenüber dem für 1996 vergleichbaren Wert stieg er um 21 Prozent auf 1,731 Mrd. DM (1996: 1,425 Mrd. DM).

Das Ergebnis je Aktie erhöhte sich auf 5,35 DM (1996: 4,00 DM). Dies ist ein Anstieg um rund 34 Prozent zum vergleichbaren Vorjahreswert.

Die Gesellschaft wird der am 4. Mai 1998 stattfindenden Hauptversammlung eine Dividende von 1,35 DM auf die Stamm-Aktien (1996: 1,20 DM) und von 1,45 DM auf die Vorzugsaktien (1996: 1,30 DM) je Aktie im Nennwert von 5 DM vorschlagen. Für den anrechnungsberechtigten, unbeschränkt steuerpflichtigen Aktionär beträgt die Bruttoausschüttung, d.h. die Bardividende zuzüglich einer vollständigen Steuergutschrift, 1,92 DM auf die Stammaktie (1996: 1,57 DM) und 2,07 DM auf die Vorzugsaktie (1996: 1,70 DM).

Die Dividendensumme erhöht sich auf 203 Mio DM (1996: 181 Mio DM).

Die deutschen Firmen verzeichneten einen um 7 Prozent gestiegenen Umsatz. Bei den europäischen Auslandsgesellschaften ergab sich eine Umsatzsteigerung von 20 Prozent (ohne Akquisitionen 10 Prozent).

Auf dem Weg zur Globalisierung haben wir 1997 deutliche Fortschritte erzielt. Unsere Tochtergesellschaften außerhalb Europas erreichten einen Anteil von 28 Prozent am Konzernumsatz und lagen damit nahezu auf gleichem Niveau wie die deutschen Gesellschaften.

Bedeutende Umsatzzuwächse kamen aus den Regionen Nordamerika (plus 59 Prozent), Lateinamerika (plus 68 Prozent) sowie Naher Osten, Ostasien, Australien (plus 43 Prozent).

Der Unternehmensbereich Chemieprodukte konnte seinen Umsatz um 16 Prozent auf 4.851 Mio DM steigern. Erfreulich war dabei der hohe Zuwachs im bestehenden Geschäft. Umsatzerfolge in jeweils zweistelliger Größenordnung verzeichneten sowohl die oleochemischen Grundstoffe, die Care Chemicals (Vorprodukte für Kosmetik, Waschmittel und Pharmazeutika) als auch die organischen Spezialchemikalien. Das betriebliche Ergebnis erhöhte sich um 30 Prozent auf 311 Mio DM.

Einen Umsatzsteigerung um 56 Prozent auf 1.632 Mio DM erzielte der Bereich Oberflächentechnik (Surface Technologies). Der Anstieg ist zum großen Teil auf die Konsolidierung von Novamax zurückzuführen. Auch im bestehenden Geschäft wurden erfreuliche Zuwächse in allen Regionen erzielt. Das betriebliche Ergebnis erreichte mit einer Steigerung um 80 Prozent auf 127 Mio DM eine neue Größenordnung.

Der Bereich Klebstoffe erzielte - im wesentlichen durch die Einbeziehung von Loctite - einen Umsatzsprung von 69 Prozent auf 4.237 Mio DM und eine Verbesserung des betrieblichen Ergebnisses um 54 Prozent auf 393 Mio DM. Der Anteil am Konzernumsatz erhöhte sich damit von zuvor 15 Prozent auf 21 Prozent. Das kontinuierliche Geschäft wuchs um 6 Prozent. Besonders günstig entwickelten sich die Do-it-yourself-Klebstoffe, die Kaschier- und Verpackungsklebstoffe sowie das weltweite Industrieklebstoffgeschäft von Loctite.

Die Bereiche Kosmetik/Körperpflege und Wasch-/Reinigungsmittel werden in der Segmentberichterstattung zu dem Geschäftsfeld Markenartikel zusammengefaßt. Trotz verschärfter Wettbewerbsbedingungen konnten die Markenartikel ihr betriebliches Ergebnis um 20 Prozent auf 467 Mio DM steigern. Der Umsatz konnte im Bereich Kosmetik/Körperpflege im Vergleich zum Vorjahr um 11 Prozent auf 2.972 Mio DM gesteigert werden. Überdurchschnittlich erfolgreich war der Friseurbereich und im Markenartikelsektor das internationale Geschäft mit Haarkosmetik.

Bei den Wasch-/Reinigungsmitteln lag der Umsatz mit 4.636 Mio DM um 8 Prozent über dem Vorjahr. Das Wachstum wurde im wesentlichen von den Geschäften in Italien, Polen, Rußland und der Türkei getragen. Während bei den Universal- und Spezialwaschmitteln die Umsätze erheblich ausgeweitet werden konnten, kam es im Sektor Reinigungsmittel trotz guter

Entwicklungen in einigen großen Ländermärkten insgesamt zu leichten Umsatzeinbußen.

Im Bereich Hygiene stieg der Umsatz trotz einiger stagnierender oder schrumpfender Märkte um 6 Prozent auf 1.498 Mio DM. Insbesondere in den Ländern Italien und Großbritannien wurde ein deutlich über dem Durchschnitt liegendes Umsatzwachstum erzielt. Das betriebliche Ergebnis verbesserte sich um 41 Prozent auf 140 Mio DM.

Die Investitionen in Sachanlagen, immaterielle Vermögensgegenstände und Finanzanlagen betrugen im Berichtsjahr 4.161 Mio DM (1996: 1.630 Mio DM).

Die Aufwendungen für Forschung und Entwicklung lagen im Henkel Konzern mit 466 Mio DM um 21 Prozent höher als der vergleichbare Vorjahreswert (1996: 385 Mio DM). Weltweit waren 1997 im Jahresdurchschnitt 3.595 Mitarbeiter in der Forschung, Entwicklung und Anwendungstechnik beschäftigt.

Die Aktionäre haben 1997 mit der Henkel-Vorzugsaktie eine Wertsteigerung von 50,1 Prozent erzielt. Diese Rendite umfaßt sowohl die Kurssteigerung als auch die gezahlte Dividende.

Für die Henkel-Stammaktie betrug 1997 die Wertsteigerung 37,3 Prozent.

Die Zahl der Mitarbeiter in der Henkel-Gruppe stieg 1997 um 7.582 auf 54.247 an. Der Anstieg war vor allem auf die Integration von Loctite, Novamax sowie auf ein neues Waschmittel-Joint-venture in China zurückzuführen. Bei den Inlandsgesellschaften ging der Personalbestand leicht zurück und lag Ende 1997 bei insgesamt 15.676 Mitarbeitern. Damit beläuft sich der Anteil der Mitarbeiter außerhalb Deutschlands 1997 auf über 70 Prozent.

Wir erwarten ein ähnliches Wirtschaftswachstum in Europa wie 1997. Die amerikanische Wirtschaft wird sich 1998 weiter positiv entwickeln. Für die Region Asien/Pazifik rechnen wir aufgrund der Folgen der Finanzkrise mit einem deutlich abgeschwächten Wachstum in diesem Jahr. Weiterhin positiv beurteilen wir die gesamtwirtschaftlichen Wachstumsaussichten für Osteuropa und Lateinamerika.

1998 streben wir für Henkel einen Konzernumsatz von über 21 Mrd DM an und erwarten für die Henkel-Gruppe eine ähnliche Gewinndynamik wie im Jahr 1997. Bei unseren Geschäftsfeldern möchten wir durch weiter verstärkte Marketinganstrengungen und länderübergreifende Vermarktung gefragter Produktneuheiten auch in Zukunft Erfolge erreichen, die über der Marktentwicklung liegen. Wir rechnen mit weiterem Wachstum in Osteuropa, Rußland und China.

Rückfragehinweis: Henkel KGaA

Corporate Communications
Werner Baier
Telefon: 0049/211/797-3533

*****ORIGINALTEXT-SERVICE UNTER VERANTWORTUNG DES AUSENDERS*****

OTS0172 1998-03-19/12:24

191224 Mär 98

Link zur Aussendung:

http://www.ots.at/presseaussendung/OTS_19980319_OTS0172